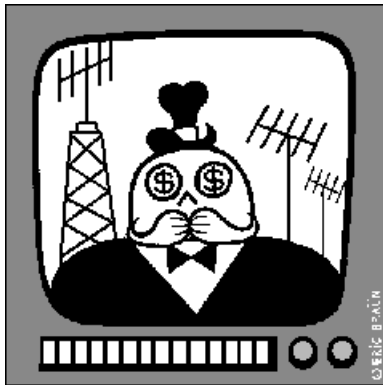


Monopoliste

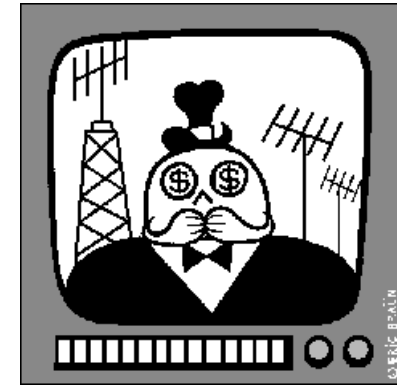
Note Aux Monopolistes Des Médias

www.monopoliste.ca.tc



Note Aux Monopolistes Des Médias

<http://C4i.LesEditionsVirales.com>

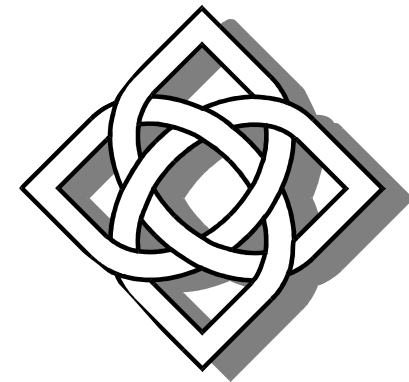


www.monopoliste.ca.tc

Traduction libre de M.x.t.M.

de Note to Media Monopolists

de Seth Godin



Premier manuscrit publié à tirage limité
<http://C4i.LesEditionsVirales.com>

<http://C4i.LesEditionsVirales.com>

Vous ne déposerez pas votre bilan demain. Les structures que vous avez établies et perfectionnées vont demeurer praticables encore un bon bout de temps. Mais ce qu'il en adviendra ne sera pas nécessairement pour le mieux, plus profitable, ou plus amusant pour autant. Cette situation ne fera que devenir de mal en pis.

Hey les gars, Bill a un plan de rechange.

Quel est le vôtre?

Monopoliste

Adaptation Française de
Martram Xeno Techno Marxram
de Note to media monopolists
de Seth Godin

Premier manuscrit– le 27 aout

C4i © 2002

Dépot légal sera enregistré,
Bibliothèque nationale du Québec.

ISBN X-XXXXXXXX-X-X
(premier manuscrit, 2000)

Toute reproduction entière ou
partielle de ce livre par quelque
procédé que ce soit est interdite sans
autorisation écrite des auteurs et de :
C4i.LesEditionsVirales.com
(514) 890-0393

C4i.LesEditionsVirales.com



Jobs et ses comparses sont revenus à la charge avec un nouveau modèle le Macintosh —, alors supérieur au niveau de sa convivialité que le PC, dès lors Apple obtenu de la traction. Il a semblé qu'elle pourrait être en voie de redevenir un monopoliste de premier plan, c'est ainsi qu'elle a commencé à ce comporter comme tel. Au lieu d'autoriser des licences SE (OS, système d'exploitation) de toutes parts, ils tentèrent d'imposer leur démarche au marché. Microsoft (ça en prend un pour en reconnaître un) a perçu les lacunes de cette mentalité monopolistique et a, astucieusement, employé Windows pour forer le marché encore plus profondément. Jobs, de nouveau un David, et ce pour la troisième fois, semble avoir tiré les leçons qui s'imposaient, de son passé...

Microsoft peut enseigner quelque chose, à vous et à tous les autres monopolistes. Ce n'est pas au sujet des lobbies à Washington ou des longs combats légaux. C'est au sujet de l'attitude. Microsoft est à son meilleur quand elle joue au monopoliste paranoïde. Elle s'exalte à la vu de chaque sous qu'elle peut extraire de n'importe quel marché qu'elle peut monopoliser. Mais en tant que compagnie, Microsoft est intensément paranoïaque. Elle s'attend à ce que chaque monopole disparaisse à tout moment, et il a toujours un plan de contingences. Microsoft est toujours heureuse d'investir un nouveau marché et de l'encourager, parce qu'elle pertinemment que si elle s'y met dès maintenant, elle aura de meilleure perspective en vu de monopoliser ce segment de marché à plus ou moins brève échéance.

Un dernier détail: Je n'affirme pas que je souhaite que les marchés soient la manière qu'ils sont. Je ne prône pas le piratage comme étant vertueux. Mais je me dois de le constater et admettre qu'il se répandra aisément. Alors voici vos choix de base : Vous pouvez pleurnicher sur votre sort inlassablement, militer, poursuivre, et puis estropiez votre produit de sorte qu'il ne puisse pas être contrefait. Ou, peut-être, juste peut-être, vous pouvez cesser de penser comme un monopoliste assez longtemps pour trouver de nouveaux modèles d'affaires, des marchés inexploré, et énoncer de nouveaux plans stratégiques.

L'estinction d'une espèce de dinosaure à \$100 millions pièce vous pince le coeur, n'est-ce pas, hein? Vous êtes en amour avec votre version du monde. Vous n'osez pas vous imaginer que les gens désireraient réellement substituer ce qu'ils prennent maintenant pour acquis, en l'occurrence; un accès libre de frais et omniprésent au divertissement et à l'information. Seriez-vous enclin à employer la force, votre argent, et votre puissance pour nous interdire d'en faire le troc. Mais rappelez-vous svp: le Copyright fut inventé pour le bénéfice des consommateurs, et non pas pour déservir l'intérêt des producteurs. Copyright est là pour s'assurer qu'il y a d'abondance de substance pour que nous ayons tous à lire et à voir. En dépit de son nom, le copyright n'est pas votre droit.

Le sénateur Fritz Hollings, mercenaire à votre solde, ressent votre douleur. Il perçoit les entreprises technologiques et leurs clients en tant que, à très peu de détails près, des voleurs. Apple fait l'argent à partir de son l'iPod — sur les dos d'artistes qui n'obtiennent pas de droits compensatoires chaque fois nous les y écoutons. L'entreprise de Steve Jobs est-elle en pleine déchéance? D'une part, il manufacture des iPods. De l'autre, il réalise à grand frais **Monsters, Inc.**

Pensez-y une seconde. Les deux entreprises de Steve Jobs, et l'une d'entre elles pourraient acculer l'autre à la faillite (si votre rhétorique devait être accréditée). Il n'est pas bête. Il a pigé, voyez-vous?

Et si Steve Jobs n'est pas vraiment débiter. Alors pourquoi ne l'est-il pas? Puisqu'il a appris à ne pas penser comme en terme monopolistique. Il a appris à la dure à ses dépens. Apple a déjà bénéficié d'un monopole de facto sur l'ordinateur personnel. Après seulement quelques années au top, il a commencé à ce comporter comme s'il était le seul à satisfaire un créneau "blindé". Avec ses manières grossières, Apple ce fit damer le pion par IBM et Microsoft qui lui rentrèrent subrepticement dedans et mirent l'Apple II hors jeu avec leur propre version du de l'ordi perso (PC). Apple aurait pu dans l'immédiat créé un meilleur ordinateur. Au lieu de cela, ils ont pleurnichés et gémies, comme tous les monopolistes frustrés, et ils ont contempler leur l'industrie qu'ils avaient établies ce faire emporté par la compétition.

Note Aux Monopoliste Des Médias

Et vous avez toujours pensé que les magnats de l'info et du divertissement, n'ont-ils pas, eux, une licence pour imprimer de l'argent ?

Il s'avère que, de nos jours, essayer de s'accrocher à un monopole est un exercice des plus périlleux, même pour PKP, les Aspers, les Démarais, Black & co. et JMM l'ex-pdg de Vivendi. Nous ressentons leur douleur — et offrons notre aide.

Texte original de Seth Godin
Adaptation française de MxtM,
Juillet 2002

Ce doit être difficile à un magnat d'en être réduit à l'abréviation de ses initiales, chargé d'un fardeau ; celui de d'orchestrer les moyens afin satisfaire une étendue de besoins liés aux domaines de l'info et du divertissement. Je vous écris pour vous faire part que je compatie avec votre douleur.

Je ne peux affirmer que vous êtes misérables. Vous ressentez l'angoisse qui survient quand l'on ce trouve coincé entre l'arbre et l'écorce.

D'une part, vous détestez vos clients. Ce qui est entièrement compréhensible. Après tout, ils continuent de pirater vos produits. Et puis, après qu'ils aient dépossédés de vos produits une fois, ils s'enjoignent aux réseaux illicites globaux pour s'assurer que chacun de ces membres est autrement accès vos produits aussi.

D'autre part, vous détestez le talent de ceux qui font réellement vos produits. C'est la raison pour laquelle vos poulins vous poursuivent pour obtenir leur liberté, que vos auteurs publient leurs idées sur le web au vu et su de tous, et que vos interprètes recherchent désespérément des manières de vous enlever l'équation, de sorte qu'ils puissent entretenir directement avec leurs publics. Non, il n'est certainement pas facile d'être un monopoliste aujourd'hui.

Voici contre ce contre quoi vous êtes confronté. Rafaël (son alias) est un criminel. Comme la grande majorité de personnes habitant au Mexique, il achète sa musique d'un des 12.000 marchands ambulants qui errent dans son pays. Chaque fois que Rafaël débourse de son argent durement-mérité pour acheter un CD, il achète une copie piratée. Le **New York Times** indique que plus de la moitié des albums vendus au Mexique sont piratés.

Todd est un criminel aussi bien. Chaque fois qu'il utilise l'ordinateur dans sa pièce de sa résidence étudiante aux Tuffs (université fictive) pour télécharger un DVD, il viole la loi.

Louise n'est pas une criminelle, mais chaque fois qu'elle va au cinéma, elle risque d'être foutus dehors à coup de pied au cul. Des gardes en uniforme fouillent Louise et d'autres cinéphiles avant qu'ils n'entrent, confisquant les barres d'énergie, l'eau en bouteille, et d'autre objet contrebande qui coupent dans les ventes à la concession du mégaplex.

Alors comment vous et votre cohorte répondez-vous à de telles menaces? Il s'avère que vous croyez que la meilleure chose à faire est de faire de plus de plus criminels. Faites de Steve Jobs (pdg de Mac) un criminel puisqu'il fait le commerce de iPods. Qualifiez Michael Dell de criminel chaque fois qu'il vend un laptop muni d'un brûleur de CD.

Mais la réalité est que, si vous, messieurs les monopolistes, cessiez de penser comme les requins de la veille économie et que vous commenciez à penser comme les entrepreneurs d'aujourd'hui, vous vous retrouveriez sur une nouvelle voie. Puisqu'il y a d'autre voie. C'est la voie pavée par les travaux des Steves et des Bills d'un nouveau monde et de quelques autres individus ayant su comment maximiser leur profitabilité en demeurant assez futés pour savoir quand et où attaquer un marché — et quand l'épouser est la seule solution..

Il y a une abondance de gagnants en ce nouveau monde. La Rickie Lee Jones gagne quand elle peut éditer à compte d'auteur son nouveau CD (le CD qu'elle a vraiment voulu éditer, pas disques CD surproduit/issue des focus groups/tappe à l'oeil à la Céline Dion/Sony). Par l'entremise de son URL : www.rickieleejones.com. Si elle vend 20.000 copies, elle sera en bien meilleure posture financière et personnelle que si elle avait été éditée par Sony. Encore mieux, Jones et son équipe pourraient établir un modèle d'affaires entièrement nouveaux et différents, un où leur musique est libre de droit mais qui servirait de levier publicitaire important et qui serait amorti dans le coût des billets de concert, la vente de produits dérivés. Avec million de fans dévoué au monde (les fans s'inscrivant au club via une liste de renvoi courriel! elle pourrait faire de la pré-vente et prévoir l'itinéraire précis d'une tournée de concerts en terre conquise d'avance à partir de n'importe où sur la planète.

Ou considérez cette possibilité: Je pourrais avoir tort! Peut-être il n'y a aucune moyen qu'elle fasse fortune. Peut-être qu'elle devra maintenir un emploi alimentaire. Est-ce que cela la forcera (et des milliers qui voudrait être comme elle) à ce retirer? D'une façon ou d'une autre, je ne pense pas qu'une ponction d'argent hors du business de la musique éliminera les musiciens. Je pense, que ce sera au tour des intermédiaires d'écoper.

Est-ce que je dis "vrais"? Qui la sait vraiment? Mais je puis vous affirmer ceci: Si ce n'est pas "vrais", c'est très certainement tentative prometteuse.

Mais que faire d'Arnold Schwarzenegger dans ce contexte là? vous vous demandez. Comment pourra-t-il faire des films à \$100 millions s'ils sont piratés sur DVD? Peut-être qu'il ne pourra plus (cela arrive à tout le monde un moment donné). Peut-être une société pullulant de consommateurs pirateur ne mérite pas des productions à \$100 millions pièce. Peut-être qu'ils disparaîtront, comme les comédies musicales fastueuses sur Broadway font figure d'exception ou que certains types de danseurs, passés mode, ne puissent plus trouver de travail. De toute façon, je pense que nous survivrons sans doute à l'inexistence d'un **terminateur 10**.

Le voie du futur

Votre réponse? Un désir accablant pour préserver votre monopole tel qu'il est présentement. Ce sentiment n'est pas original. Ni plus votre solution. Depuis les jours de Roosevelt, les membres sélect du club des monopoliste ont toujours répétés le même numéro: s'adresser directement aux élus.

Le gouvernement a une longue histoire de facilitateur de monopolistes. En essayant comme ils le peuvent, dans chaque cas simple et patent, les législateurs ont faillis. Pourquoi? La technologie, le capitalisme, et l'exigence du consommateur peuvent avoir raison d'à peu près n'importe quel monopole. Le législateur peut prolonger l'agonie, mais tôt ou tard, le monopole perd conscience et meurt. La leçon fascinante est qu'une fois que les monopoles disparaissent, ils sont presque toujours remplacés par des marchés qui sont plus profitables pour plus de compagnies (et a de meilleurs prix de revient aux consommateurs) que le vieux marché monopolisé fuent jamais en mesure d'offrir.

Jetez un coup d'oeuil au monde de la musique pendant une seconde. Voici les bonnes nouvelles: Les artistes peuvent ce produire un album à très peu frais avec n'importe quel argent comptant. Les détaillants en-ligne recèle un espace infini d'étalage. Il y a des milliers de stations de radio d'Internet qui sappe le pouvoir d'un nombre restreint de directeurs de la programmation. L'échange quasi-instantané de dossier peut aider à disseminer de grande chanson à travers le monde (hors de tout contrôle ex.: **pour constater ce mode fonctionnement de ce système sur demande.**

Pourquoi n'est-ce pas un scénario sensationnel qui pourrait engendrer une innovation commerciale ayant un potentiel gigantesque? N'est-il pas possible que plus il y aura plus de musique à un coût inférieur que plus de consommateurs en achèteront? N'est-il pas probable que beaucoup de gens qui n'auraient jamais réalisé un album s'y mettraient dès à présent?

La mort de la pénurie

Pourquoi Nike ne peut pas charger \$500 pour des espadrilles? Parce qu'il ce trouve facilement des produits de remplacement. Dans presque chaque industrie, les consommateurs ont des choix innombrables. Et à moins qu'un produit soit vraiment unique, ils peuvent toujours prendre leur argent et le dépenser ailleurs.

Le monde des médias a toujours fait figure d'exemption à cet égard. À son cœur, le monde de médias converge inexorablement vers une seule perspective, celle d'être monopole — et aussi d'obtenir des redevances beaucoup plus élevés que le coût de production. Il y a quelques années, si un auditeur aphasique sur son divan désirant regarder la TV, il n'avait que trois canaux à sa disposition. Si un cinéophile désirait voir **Butch Cassidy et Le Sundance Kid**, il n'avait de disponible, que la version de William Goldman, et il devait acheter un billet pour le voir.

Le point ici est ceci: Le monde de médias fut établies sur la prémisse de la rareté. La rareté du spectre. La rareté des succès. Une rareté engendrée par le copyright et l'espace limité des étagères. Une pénurie de ressentiment de la part des consommateurs. Mais vous savez comme moi que les monopolistes prisent la rareté. Quand les consommateurs ont peu de choix, un monopole prospère.

La pénurie leur a rendu la vie facile et leur permis de grossir rapidement et ce, dans la joie et le bonheur. Mais quaisiment du jour au lendemain, la pénurie sur laquelle fut constituée ses monopoles médiatiques commença à disparaître. Soudainement, là, il y ce trouve des zillions de canaux disponibles sur le web. Il y un cinéma dans n'importe quelle maison munie d'un lecteur de DVD. Amazon.com bénéficie d'un espace infini d'étalage, donc la puissance du commerce au détail, n'est plus maintenant, qu'un mythe. Il est difficile de le clamer que l'offre est à prendre-au-prix-affiché-ou-à-laisser quand le consommateur peut justement le laisser et trouver satisfaction ailleurs.

La naissance de l'ubiquité

La mentalité immobilière de plusieurs de vos monopolistes médiatiques contemporains a commencé à s'estomper il y a de ça, plusieurs années déjà. C'est quand certains types ce sont adroitement installé à une mentalité de star system. Après tout, les étoiles sont rares, et si vous avez une étoile, vous pouvez encore gagner. Bon gré mal gré, il n'y a qu'un Austin Powers, et si vous possédez les droits de son prochain film, vous avez misé juste.

Hélas, les consommateurs ont découvert qu'il y a une alternative libre de droit pour ce procurer leurs médias (et y apercevoir vos étoiles): Ceux-ci peuvent en tirer profit en les partageant au sein de réseaux P2P (pair-à-pair) et ce phénomène est inhérent à notre culture (et à règlementation du copyright) qui dissemine des copies numériques à tout vent d'à peu près n'importe quoi. Pénurie? Elle a été remplacée par l'ubiquité, l'abondance. La dernière et meilleure défense de votre conglomerés médiatique en pleine déperdition.

Il n'y a plus aucune pénurie de spectre ou d'espace pour le commerce au détail. Et maintenant il n'y a aucune pénurie de moyens aisés de reproduire quelque chose qui a déjà acquitté son droit d'auteur. Il est facile de partager avec des amis (et des étrangers). Résultat: Juste parce que les compagnies de médias en ont profité pendant 80- ou 90- ans ne signifie aucunement que cet état de fait durera éternellement. En fait, c'est la fin.

Cette dernière affirmation doit vraiment vous faire chiez. Mais d'abord laissez-moi être le premier à vous accueillir au sein de ce nouveau siècle. En ce nouveau siècle, tout les businessmen ont le même but: pour établir un rapport direct et positif son utilisateur.

Cela semble aller de soi. Mais ce ne l'est point. C'est effrayant. Et cela risque de détruire votre affaire avant de la sauver. Envient constater les nouvelles règles en action? D'abord, allez à www.stickyflicks.com. David Burke, un créateur de contenu (dessin animé) disjoncté pour la télé, a assemblé quelques canailles brillantes et ont mis en-ligne un site rempli d'animations d'un humeur juvénile mais tout de même, en somme, futées. Ah, et d'ailleurs ; les gens s'y aglutinent, à son site.

Visitez alors www.publisherslunch.com, et complétez le formulaire d'abonnement pour recevoir le Publishers Lunch, un bulletin quotidien chroniquant ce qui ce trame dans le monde littéraire. Evidemment c'est gratuit, toujours intéressant, et de temps en temps très juteux. Ah, est-ce que j'ai mentionné qu'il est rédigé et distribué par un type, qui décuple son prestige puisqu'il s'entretient avec plus de la moitié des personnes les plus influentes du monde littéraire à chaque jour ouvrable?

En conclusion, allez visiter www.live365.com — un site web répertoriant pas moins de 40.000 stations radio différentes. Chaque station est en-ligne à ce moment même. Si une station opte pour la diffusion d'inoubliable spot publicitaires, combien durerat-elle s'il aisé d'en trouver une qui n'en diffuse pas du tout? Imaginez que vous êtes directeur d'une station, par exemple à Chicago, et vous êtes habitués à concurrencer 2 ou 3 stations d'un format semblable au votre. Que se produit-il quand vous avez 5.000 concurrents presque identiques? Et quand l a radio de ma voiture pourra capter des stations d'Internet qu'advientra t-il??

Voici le problème: Vous les monopolistes semblez croire que vous avez un droit inaliénable de faire des affaires comme bon vous semble *ad vitam eternam*. Vous croyez que si les règles du marché changent, ce n'est plus juste. Vous êtes persuadés que vous méritez, de façon ou d'une autre; des avions privés, les grandes parties, et des profits obscènes. Vous semblez également penser que si votre monopole devaient pâtir, il en sera ainsi pour toutes les bonnes idées.

La vérité est que; l'approvisionnement est dans une forme terrible, merci. En fait, il n'y a jamais eu autant choix. La seule chose qui s'estompera sera votre cote part des bénéfices. Ayoye.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.